

RIF

Artigos/ Ensaaios



## Da Comunicação Popular

Lucília José Justino<sup>1</sup>

### RESUMO

As manifestações públicas de cultura popular têm sido abordadas por diferentes áreas do conhecimento (antropologia, sociologia, história, etnografia e outras), mas as ciências da comunicação têm-lhes dado relativamente menos atenção. Do estudo de festas populares, sobretudo na investigação literária da sua matriz religiosa, passamos à investigação e à análise dos processos comunicacionais destas manifestações. O encontro com uma nova área das ciências da comunicação, a *folkcomunicação*, foi decisivo para a opção por paradigmas e instrumentos de análise que nos têm apoiado na investigação em curso sobre comunicação popular. Este texto tem como principal objectivo apresentar a origem e a evolução desta teoria comunicacional, *Folkcomunicação*, teoria inspirada na Escola de Chicago. Trata-se de um artigo teórico/conceptual, resultado de pesquisa bibliográfica e análise do Estado da Arte em relação à cultura popular e à *folkcomunicação*.

### PALAVRAS-CHAVE

Cultura – religião – comunicação – *folkcomunicação* - internet.

## On Popular Communication

### ABSTRACT

Public demonstrations of popular culture have been addressed by different fields of knowledge (anthropology, sociology, history, ethnography and others), but communication sciences seldom reflect upon them. From the study of popular festivals, especially in literary research of its religious matrix, we have researched communication processes of these events. The encounter with a new area of science communication, *folkcommunication*, was decisive in the choice of paradigms and analysis tools that have supported us in the ongoing research into popular communication. The purpose of this paper is to present the rationale and evolution of this communication theory, *Folkcommunication*, inspired by the Chicago School of Communication. This article deals with the theoretical framework, outcome of the bibliographical research and of the State of the Art in relation to popular culture and folkcommunication.

### KEYWORDS

Culture – religion – communication – *folkcommunication* - internet.

---

<sup>1</sup> Professora Dra. da Escola Superior de Comunicação Social (IPL) de Portugal. E-mail: zjustino@escs.ipl.pt



## Considerações Iniciais

*Culture is ordinary, in every society and in every mind.*<sup>2</sup>

As manifestações públicas de cultura popular têm sido abordadas por diferentes áreas do conhecimento (antropologia, sociologia, história, etnografia e outras), mas as ciências da comunicação têm-lhes dedicado uma menor atenção. Do estudo de festas populares, sobretudo na investigação literária da sua matriz religiosa,<sup>3</sup> passamos à investigação e ao estudo dos processos comunicacionais destas manifestações. O encontro com uma nova área das ciências da comunicação, a *folkcomunicação*, foi decisivo para a opção por paradigmas e instrumentos de análise que nos têm apoiado na investigação em curso sobre comunicação popular. Este texto tem como principal objetivo apresentar a origem e a evolução desta teoria comunicacional, *folkcomunicação*.

Antes, faremos a revisão de alguns dos conceitos operatórios com os quais trabalhamos, para enquadrar a abordagem desta teoria, na perspetiva de autores selecionados: cultura (R. Williams), cultura popular (M. Bakhtin, Paula Godinho, Augusto Santos Silva), religião popular (Moisés Espírito Santo), culturas híbridas (García Canclini) e performance (Victor Turner). No contexto da investigação em curso, teremos oportunidade de desenvolver estes e outros conceitos, com o contributo teórico de outros autores.

## Dos conceitos

A cultura, entendida como algo «comum», é-nos proposta por Williams (2002): «Culture is ordinary, in every society and in every mind. A culture has two aspects: the known meanings and directions, which its members are trained to; the new observations and meanings, which are offered and tested. These are the ordinary processes of human societies and human minds, and we see through them the nature of a culture: that it is always both traditional and creative; that it is both the most ordinary

---

<sup>2</sup> Williams, Raymond (2002) [1958], «Culture is ordinary», in *The Everyday Life Reader*, Londres, Routledge, pp. 93.

<sup>3</sup> Justino, Lucília José (2002), «A escrita e os escritos nas Loas a Nossa Senhora — Loas a Nossa Senhora da Nazaré (séculos XVIII-XXI)», dissertação de mestrado, Lisboa, FCSH. Publicada em 2004, *Loas a Maria. Religiosidade Popular em Portugal*, Lisboa, Colibri. Edição em castelhano, pela mesma editora, em 2006.

common meanings and the finest individual meanings. (...) A culture is common meanings, the product of a whole people, and offered individual meanings, the product of a man's whole committed personal and social experience». O autor entendia que esta palavra era uma das palavras da língua inglesa mais difíceis de definir, e Paula Godinho (2010), secundando-o, refere as 164 definições que Alfred Kroeber e Clyde Kluckhohn (Susan Wright, 2004) fixaram como as diferentes aceções usadas pelos antropólogos. Concentramo-nos na definição de Williams.

Para a aproximação ao conceito de cultura popular, optámos pela perspectiva de Mikhail Bakhtin. Várias expressões de cultura popular já tinham sido objeto de estudo — mas não a própria cultura popular —, como a cultura «cómico-popular» à qual o autor se refere, a propósito da obra de Rabelais.<sup>4</sup> Os festejos de Carnaval, assim como as *festas do bobo* e as *festas do asno*, foram fundamentais em toda a Idade Média, sendo esta «cultura carnavalesca» um tempo de subversão, de abolição das relações hierárquicas, de abolição de regras, de indiferenciação entre rico e pobre, o que permitia ao povo *uma segunda vida*, diferente das festas oficiais, cujos objetivos passavam pela consagração de um regime, de uma estabilidade e de uma imutabilidade de regras. Ali, era *um mundo ao contrário*.

Sendo o Carnaval um espetáculo no qual a encenação da vida ignora a diferença entre atores e espectadores, só é possível em liberdade. Num regime de classes, as formas cómicas mudam de caráter, tornando-se progressivamente formas de expressão marginal e de cultura popular, estabelecendo uma relação com o tempo e a vida, em contraponto com as festas oficiais, ideologicamente orientadas pelos valores, hierarquias e regras dominantes (Bakhtin, 1987).

Paula Godinho (2010) define a cultura popular como sendo produzida pelos grupos subalternos das sociedades, organizadas em moldes diversos e permeáveis, em resultado de práticas sociais, inseridas num tempo e num espaço nos quais se cruzam fluxos de intensidade variada, cabendo a sua apropriação aos diversos agentes — individuais e coletivos — através de idiomas socialmente construídos, o que levanta uma questão importante para o entendimento comum do conceito: «Com o adjetivo

---

<sup>4</sup> Com base na obra de Rabelais, escritor francês dos séculos XV/XVI e cujas imagens refletem a cultura popular cómica, Bakhtin aponta 3 grandes categorias de cultura popular : (i) formas e rituais do espetáculo; (ii) obras cómicas verbais; (iii) diversos tipos e formas do vocabulário familiar e grosseiro.

“popular” acoplado, embora se lhe atribua “graça” e “encanto”, a cultura desvaloriza-se e torna-se um resíduo de valor inferior».

A tensão entre cultura oficial/institucional e cultura popular é antiga, mas, nos nossos tempos, e recorrendo ao conceito *bahktiniano* de *dialogismo*, há entre a cultura hegemónica e a subalterna um diálogo e apropriações mútuas, sem fronteiras claras entre cultura letrada e cultura popular, entre o escrito e o oral, existindo uma dinâmica e uma circulação permanentes entre elas, sendo importante considerar, na abordagem científica da cultura popular, a sua «marginalidade», um potencial fator de exclusão (Mandrou,1985).

Poderíamos ainda considerar relevantes os «discursos» de *pastoral* e *contrapastoral* (Williams, 1973), que refletem perspetivas românticas e identitárias na abordagem de manifestações públicas populares.<sup>5</sup>

Cristina Schmidt (2008), acerca da cultura popular e da sua articulação com as fontes da criação cultural, enfatiza a particularidade e a amplitude do conceito: no que se refere à cultura popular, é difícil separar a esfera material da espiritual, o novo do velho, o sagrado do profano, o original da réplica. O quotidiano acultura, incorpora, assimila e reapresenta.

A «ambiguidade social do conceito de cultura popular» é assinalada, por exemplo, por Pierre Bourdieu, e Augusto Santos Silva (1994) retoma-a nestes termos: «Assim, não será de abandonar o próprio conceito de cultura popular, dada a sua vinculação histórica a visões polares das hierarquias sociais dos níveis de cultura? Pierre Bourdieu tem-se destacado no combate à ilusão que lhe parece estar implícita no conceito, e que é a da possibilidade de descrever as disposições e práticas dos dominados nos mesmos termos que organizam as dos dominantes».

Santos Silva define o conceito e o seu âmbito: «Falando em cultura popular, abordaremos, pois, esses universos de sentido, padrões de conduta, práticas e obras propriamente culturais, intrinsecamente associados à condição e à ação da

---

<sup>5</sup> Ou seja, em torno do «popular» gravitam dois projetos distintos, com reflexões e práticas em torno do alheio: por um lado, o desenvolvimento, eivado daquilo que Raymond Williams denominará discursos de **contrapastoral**, e, por outro, na senda das correntes românticas, a busca frenética da identidade, circunscrita pelas fronteiras nacionais, que edifica os camponeses como protagonistas, em textos que propugnam uma visão **pastoral** (Williams, 1973). Sob ambas as perspetivas, é a elite que olha para os **outros**, em formatos não coincidentes, embora não exatamente antagónicos, pois partilham uma conceção segundo a qual o **popular** reflete a alteridade (Godinho, 2010: 77).

multiplicidade de atores, individuais e grupais, presentes num certo espaço-tempo social.»

Se se fala de religião popular, significa que há outra que não o é: a religião oficial, a institucional. Para a clarificação daquilo que entendemos por religião popular, recorreremos ao quadro teórico de Moisés Espírito Santo (1990). O autor apresenta o que considera serem algumas das especificidades da religião popular: ela tem alguma autonomia relativamente à religião institucional, é espontânea, festiva, está inserida numa cultura de proximidade, de vizinhança, de pouca erudição, ao passo que a religião oficial é erudita, aprendida, dogmática.

No entanto, como o autor refere, são sistemas diferentes, ainda que ambos tenham traços comuns e estejam por vezes ligados Reportando-se a estudos realizados noutro contexto cultural e espacial, Adil Podhajcer (2007) escreve no mesmo sentido da proposição acima: «En su conjunto, estos estudios permiten **ampliar** la noción de “**religiosidad popular**” a partir de profundizar en su carácter heterogéneo y en la diversidad de prácticas que el concepto aúna».

Em Portugal, o condicionamento oficial e institucional da hierarquia da Igreja Católica não impede a expressão de formas comunicacionais de populações relativamente subalternas, nas suas festas religiosas e populares, com a coexistência, a interpenetração e o paralelismo de cultos característicos da religião institucional e da religião popular, qualquer deles com sistemas de comunicação, de valores e de ritos próprios. O primeiro, assente na teologia e nos textos canónicos, segue uma dimensão litúrgica e institucional, e o segundo baseia-se em sistemas de ritos tradicionais, associados, sobretudo, ao calendário rural (Espírito Santo, 1993).

Nas manifestações populares religiosas coexistem um lado ritual oficial e um outro – a festa, a encenação, a teatralidade, a performance –, não sendo sempre fácil o equilíbrio e a interligação entre estes formatos.

Apesar dos processos de transformação económica, social e demográfica, muitas festas da tradição popular e regional que se julgaria estarem condenadas ao declínio ou ao desaparecimento — particularmente as de natureza rural — têm sobrevivido até hoje, assistindo-se a dinâmicas que levaram a que algumas destas celebrações religiosas fossem revitalizadas e adaptadas, por inovação, retraditionalização e invenção, sendo de destacar, relativamente a celebrações públicas, os estudos de Jeremy Boissevain

(1992) sobre a revitalização dos rituais europeus, feitos a partir de nove estudos de caso, desde os anos 70.

Néstor García Canclini (1997), fugindo àquilo que considera um espartilho — as oposições «forçadas» entre dimensões superiores/populares, urbanas/rurais, modernas/tradicionais —, coloca uma perspectiva nova, a das culturas híbridas e de hibridação, conceito importado das ciências biológicas como um conceito social, ou «constelação de conceitos», segundo o qual se associam, articulam e potenciam essas diferentes dimensões.

Trata-se de um processo complexo, muitas vezes polémico e doloroso, no qual a perda da «pureza original» é posta em questão pela riqueza de novas interações, que tanto podem ser apropriadas por setores socialmente hegemónicos, como pelos populares, pelas vantagens oferecidas pela modernidade a cada um deles.

O autor (Canclini, 1997), que estudou a realidade latino-americana e o sincretismo decorrente da articulação entre as culturas indígenas e as coloniais, entende que os estudos sobre hibridação desacreditam as visões maniqueístas e simplistas que «oponían frontalmente a dominadores y dominados, metropolitanos y periféricos, emisores y receptores y, en cambio, muestran la multipolaridad de las iniciativas sociales, el carácter oblicuo de los poderes y los préstamos recíprocos que se efectúan en medio de las diferencias y desigualdades. Las filosofías binarias y polares de la historia se revelan particularmente inconsistentes en las fronteras interculturales donde hay intensa hibridación. Pero en rigor, en este tiempo de globalización, todos vivimos en fronteras donde se cruzan múltiples estrategias diversificadas», sejam elas dominadas ou de resistência, de integração, hibridação ou segregação, em que culturas tradicionais se podem exprimir «por oposição», utilizando os meios e estratégias de comunicação de massa mais atuais.

Para Boissevain (1992), o desenvolvimento dos *media* e das novas formas de comunicação e tecnologias de informação foi, inquestionavelmente, um importante motor destas mudanças: «Watching other celebrations has made people more conscious of the performative aspects of their own rituals».

Neste contexto, Eloy Martos Nuñez e Alberto Martos Garcia (2012) enfatizam o papel das novas tecnologias, que constituem «oportunidad única de rescatar, gracias a estas nuevas herramientas, toda esta riqueza cultural, que no debe reducirse al concepto de folklore o de patrimonio oral, ya que la diversidad cultural está permitiendo

multitud de formas de expresión y canales de comunicación que desbordan el concepto tradicional de folklore o el de como patrimonio acervo de bienes culturales reconocidos como tales».

Nos inícios dos anos 70, a performance tornou-se «um tema/objeto de estudo/teoria» importante para a antropologia,<sup>6</sup> com Milton Singer, Victor Turner, Richard Schehner, Richard Bauman, entre outros. Existe muita literatura sobre o tema.

Recuperamos Victor Turner, «a tireless interdisciplinary», inspirador de inúmeros trabalhos com um prodigious impact across a spectrum of disciplines: from anthropology, sociology, history, and religious and theological studies, to cultural, literary, media, and performance studies, to neurobiology and behavioral studies<sup>7</sup>.

Turner trabalha a antropologia do ritual, dos símbolos e da performance, esta entendida como drama social. Para Turner (1997), «the basic stuff of social life is performance (...). Human beings belong to a species well endowed with means of communication, both verbal and non-verbal, and, in addition, given to dramatic modes of communication, to performance of different kinds».

Colocada esta aceção, mais geral, uma outra nos interessa também: a da liminaridade (do latim *limen*, limiar), conceito desenvolvido por Arnold van Gennep (2008) no seu modelo dos ritos de passagem, posteriormente explorado por Turner. Das três fases rituais de Van Gennep, sendo a primeira a da separação (ritos *preliminares*) e a terceira a da agregação (*pós-liminares*), a fase central, a da transição, da margem (*liminares*), é aquela que mais o interessou: Turner understood the limen to constitute a universally potent temporality, a “realm of pure possibility” (1967c:97), a temporary breach of structure whereby the familiar may be stripped of certitude and the normative unhinged, an interlude wherein conventional social, economic, and political life may be transcended (...) liminality would become the leitmotif in Turner’s philosophy.<sup>8</sup>

Carmen Ortiz Garcia (2002) considera que uma *performance-approach* pode ser simplifadamente definida como a forma de entender texto e contexto como um todo, abandonando-se a análise privilegiada do texto como objeto único de investigação e análise folclórica, para se centrar antes nos processos performativos de comunicação.

---

<sup>6</sup> No campo da linguística, Noam Chomsky introduzira, nos anos 50, a dicotomia *competência/performance*. Não iremos desenvolver a ideia do conceito de *performance* neste autor. Acrescentamos na nota para dizer que terá sido Wilhem von Humbolt (1767-1835) o primeiro a fazer uma aproximação à ideia de *performance*.

<sup>7</sup> St John, G. (ed.) (2008), pp. 2.

<sup>8</sup> *Op. cit.*, p. 5.



Paul Connerton (1999) fala da memória social revelada em cerimónias comemorativas, as quais só o são na medida em que são performativas: «A minha tese é que, se a memória social existe, é provável que a encontremos nas cerimónias comemorativas, que mostram ser comemorativas (só) na medida em que são performativas (...) A memória performativa é corporal, por isso defendo que existe um aspeto da memória social que, tendo sido muito negligenciado, é, no entanto, absolutamente essencial: a memória social corporal».

Osvaldo Trigueiro (2008) acentua a dimensão de hibridização comunicacional das atuais cerimónias populares religiosas, que nos acontecimentos religiosos o profano é também «sacralizado», ou seja, o profano e o sagrado fazem parte do mesmo espetáculo. E, neste sentido, a Igreja oferece o «protagonista» ao Estado e à sociedade civil como parte do grande acontecimento mediático. Em síntese, «estamos a viver num mundo em que quase tudo se torna espetáculo», com profundas alterações nos «métodos de produção, na velocidade da distribuição e no mercado de consumo desses bens culturais».

Os estudos nestas áreas constituem um dos focos da nossa investigação, decorrente da análise dos materiais do trabalho de campo, aplicados em estudos de caso de performances de devoção mariana, particularmente dos Círios da Senhora da Nazaré e da Senhora do Cabo e no quadro da abordagem do conceito de performances culturais (Singer, 1972; Turner, 1987; Schechner, 2000).

As celebrações dos Círios<sup>9</sup> na região da Estremadura, particularmente os mais importantes, o Círio da Prata Grande (ou de Nossa Senhora da Nazaré) e o Círio de Nossa Senhora do Cabo Espichel,<sup>10</sup> são exemplos das dimensões performativas em que coexistem as culturas populares e institucionais, com folhetos «originais» — «E cantam-se as orações escritas em verso, quadras de sete sílabas, uma forma popular de composição poética e que se ajusta à função de canto, da memorização fácil e da transmissão». O espetáculo que o Círio constitui é também uma festa semântica, a das loas, cantadas, tradicionalmente, por três «anjos» de cada freguesia (....) Há mesmo, em algumas destas vozes de louvor à Senhora, indicações cénicas para os anjos (ajoelham-

---

<sup>9</sup> *Círio* é uma deslocação — em obediência a uma promessa antiga —, organizada de acordo com uma ordem e um calendário próprios, a partir de uma ou de diferentes localidades até um determinado santuário com critérios de antiguidade e rotatividade.

<sup>10</sup> No caso da Senhora do Cabo, envolvendo 26 freguesias; no caso da Senhora da Nazaré, 17 freguesias.

se em súplica, levantam-se, entre outras coisas), o retardar da entrega da imagem e a dor gritada, e a receção da imagem com ânsia e alegria (Justino, L. J., 2004) — com as vozes de *louvor à Senhora*, ou *loas*, distribuídos em cada celebração. Os devotos entoam enquanto acompanham, existindo uma estrutura cénica particular, com dramatização e rituais, nas diferentes fases do percurso narrativo e performativo, que aparece traduzida nos folhetos — cada «ato» corresponde a uma forma comunicativa ritualizada, num espaço próprio.<sup>11</sup>

Num caso recente que acompanhámos (setembro de 2012), as loas da despedida em Alcabideche descrevem, cenograficamente, em 6 atos, a entrega da imagem da Senhora do Cabo a Linda-a-Velha — em cuja freguesia as loas incluem 9 atos de receção da imagem —, a ser realizada coletivamente. O primeiro ato inicia-se, neste caso, em Alcabideche. Os festeiros de Linda-a-Velha recebem a bandeira e as relíquias de Nossa Senhora das mãos de festeiros de Alcabideche, havendo uma leitura dramatizada de um texto em quadras populares, *Loas à Senhora do Cabo*. Essa bandeira e essas relíquias seguirão um guião, sempre com quadras alusivas à circunstância, que os devotos acompanharão com o livro das loas, cantadas numa toada a fazer lembrar os cantos dos anjos do Novo Testamento.<sup>12</sup>

Em alguns destes textos, revelam-se, por trás de formas simples e aparentemente ingénuas, relações de força, interação e dinâmica social entre diferentes instâncias comunitárias, povo/poder, civil/religioso, expressões da religião popular/religião institucional e de apropriação/adaptação de formas de comunicação popular a novas realidades.

A popularização e o alargamento do discurso do poder dominante e a imposição das ritualidades comunicacionais pressupõem uma complexa construção de processos entre os acores envolvidos. Mesmo no passado, nem sempre os agentes políticos, culturais e religiosos, que dominavam os processos comunicativos, conseguiram impor facilmente às populações os seus quadros de valores relativos às festas populares.

Estamos perante um paradoxo comunicativo dinâmico de raízes diversas na sua génese: a autoria de alguns dos folhetos mais antigos que investigámos envolveu a alta

---

<sup>11</sup> Como os espaços são «categorias de entendimento» (E. Durkheim), dizemos que cada um dos espaços nos quais se cantam os hinos/loas é fundamental para a compreensão total da celebração/representação.

<sup>12</sup> Também se chamam anjos às crianças que cantam as loas dos diferentes «atos» que constituem a arquitetura das loas. É uma das partes mais dramáticas e teatrais da festa: entrega-se e recebe-se a Imagem. Há dor e alegria. O anjo é o mensageiro que faz a passagem de testemunho.

hierarquia religiosa, embora se vá progressivamente afirmando a autoria «coletiva» e popular, na qual pode ser detetável a introdução de marcas da religião popular, com os seus mitos, lendas, aparições e milagres.

Em alguns textos mais recentes, coexiste a preocupação de salvaguardar a forma, a festa e a tradição, a memória lendária, agora com conteúdos mais imediatos e profanos, mais dessacralizados, mais pobres de referências a metáforas religiosas mais cultas. Provavelmente, devido a uma menor capacidade de enquadramento e de controlo da Igreja e a uma maior afirmação popular nas «suas festas», em alguns casos, mesmo com tensões e expressões de anticlericalismo.

Já numa investigação anterior (Justino, 2004) se procurou demonstrar que estes textos cantados não constituem uma genuína comunicação religiosa popular, mas sim *popularizante* (Pavão, 1981), isto é, construída e disseminada pela Igreja Católica, fonte de poder com uma matriz ideológica erudita, mas com transmissão e receção populares. Estamos no terreno daquilo que, por outras palavras, Canclini trata como «hibridização».

A sua transmissão é, nos dias de hoje, e a partir dos novos *media*, uma parte daquilo de que se ocupa a *folkcomunicação*.

## Da folkcomunicação

O termo folclore, «folk-lore», foi criado, em 1846, por William John Thoms, com o significado de saber tradicional do povo, tendo ganho novas aceções em função da sua aplicação a diferentes situações. Na década de 60, Luiz Beltrão, partindo de análises do fenómeno da comunicação social, criou a palavra *folkcomunicação*, para classificar os elementos de comunicação a partir de meios ligados ao folclore<sup>13</sup>.

Marshall McLuhan, em *The Mechanical Bride* (1951), já se tinha referido àquilo que designou como uma mutação correspondente à cultura de massas ancorada em tradições populares e desenvolvida na periferia das grandes cidades, chamando-lhe *folclore do homem industrial*. Ou seja, o folclore da sociedade industrial reflete a apropriação da «cultura popular» por parte da «cultura de massas» (Marques de Melo, 2005).

---

<sup>13</sup> Luyten, Joseph M. (2006), «Folkmídia: uma nova visão de folclore e de folkcomunicação», in Schmidt, Cristina (org.), *Folkcomunicação na Arena Global, Avanços Teóricos e Metodológicos*, p. 40.

As hipóteses de McLuhan não têm tradução no Brasil, país em que se verifica uma situação oposta, de predomínio nos *media* de culturas eruditas, fortemente elitistas, tendo-se sentido a necessidade de decodificação das suas mensagens, para que estas pudessem chegar às camadas populares. A este processo de tradução dos conteúdos mediáticos por parte dos «meios populares de informação de fatos e expressão de ideias», Beltrão (1967) chamou *folkcomunicação* (M. Melo, 2008).

Luiz Beltrão foi jornalista e acadêmico, tornando-se o primeiro doutor em Ciências da Comunicação do Brasil, em 1967, com a tese: «Folkcomunicação — Um estudo dos agentes e dos meios populares da informação de factos e expressão de ideias».

A tese foi publicada em livro em 1971, com o título *Comunicação e Folklore*, mas numa versão incompleta, devido à «censura» editorial em pleno regime de ditadura militar. Devido à «ousadia teórica» da obra, o editor, apesar de emitir um parecer favorável à sua publicação, optou pela «inconveniência política de se publicar o capítulo teórico, naquela conjuntura repressiva», segundo as palavras de um dos seus mais próximos discípulos, José Marques de Melo (2003).

Deve dizer-se que, antes de elaborar uma teoria, Beltrão publica, em 1965, aquilo que será «o instante radical» que constitui, sem o nomear, a primeira aproximação ao conceito: um artigo com o título «O ex-voto como veículo jornalístico», resultado de uma investigação empírica em muitos santuários religiosos, na qual não se revelam apenas votos piedosos, mas também a expressão e os juízos populares sobre os problemas do momento.

Os marcos epistemológicos da *folkcomunicação* foram originalmente incluídos na primeira parte, censurada, da sua tese. Em 1980, é publicado um novo livro, *Folkcomunicação, a Comunicação dos Marginalizados*, no qual Luiz Beltrão aprofunda a teoria que esboçara na tese de doutoramento. Beltrão (1967) dá-nos conta do início do caminho que percorreu até criar esta teoria, este paradigma *folkcomunicacional*: «Em 1959, assim que relatei os meus estudos sobre a comunicação jornalística, efetuados com base nas manifestações convencionais dos seus veículos — os periódicos, a rádio, a televisão, o cinema —, buscando isolar os seus atributos essenciais, caracterizar os seus agentes e apreciar as suas condições filosóficas, senti-me atraído por outros aspetos da difusão de informações e da expressão da opinião pública, que pareciam ter escapado ao meu labor de indagação científica».



É, então, devido a essa atração por algo que teria ficado por explorar que Luiz Beltrão ousa formular a questão matricial, orientadora da pesquisa: como é que se informariam as populações marginalizadas? Através de que meios e veículos se faziam ouvir? (Beltrão, 1967) Define, então, a metodologia: nomeado o fenómeno, analisa a natureza, identifica características e compara-as com as do jornalismo erudito (M. Melo, 2008).

E apresenta a primeira definição de *folkcomunicação*, que terá atualizações, ampliações, como se constatará adiante: «A vinculação estreita entre *folklore* e comunicação popular, registada na colheita dos dados para este estudo, inspirou o A. na nomenclatura desse tipo “cismático” de transmissão de notícias e da expressão do pensamento e das reivindicações coletivas. *Folkcomunicação* é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes das massas, por intermédio de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao *folklore*».

Ainda que *folklore* e *folkcomunicação* sejam dois termos usados na definição de Luiz Beltrão, é importante acentuar que se trata de territórios diferentes: enquanto o *folklore* estuda as manifestações da cultura popular, a *folkcomunicação* investiga os processos comunicacionais das manifestações.

Invocamos o próprio autor (Beltrão, 1987), que, em resposta à pergunta «onde é que estão os limites entre o *folklore* e a *folkcomunicação*?», afirma: «Olhe, eu costumo dizer que, quando o indivíduo me chama folclorista, eu digo que não, que sou um aproveitador do folclorista. Na verdade, eu não sou um folclorista, mas um homem que aproveita a pesquisa feita por ele. O *folklore* é uma manifestação da sabedoria do povo, ou seja, o povo faz o *folklore*. Na *folkcomunicação*, o que nós procuramos é a mensagem real, atual, escondida naquela manifestação antiquada. É preciso analisar isso em profundidade, e não ficar nas aparências».

Beltrão (1987) chamou a atenção para o «perigo de mimetização» do estudo do folclore na investigação *folkcomunicacional* (M. Melo, 2008). Apesar destas advertências, tem havido, ao longo dos tempos (embora, atualmente, em menor escala) alguma confusão entre os dois termos e as duas áreas de estudo; quer por razões de genuína dificuldade em situar esta nova área inter e multidisciplinar da comunicação, quer por questões de territorialidade científica ou preconceitos académicos.

António Hohlfeldt (2002) sublinha: «A *folkcomunicação* não é, pois, o estudo da cultura popular ou do folclore; é bom que isto se destaque com clareza. A

*folkcomunicação* é o estudo dos procedimentos comunicacionais através dos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos. Estamos próximos das noções de «fluxos bidirecionais» das quais fala Marques de Melo (2003) ou do «jogo de ecos» de Néstor Canclini (1989).

Os discípulos de Luiz Beltrão, como Roberto Benjamim, José Marques de Melo ou Joseph M. Luyten, que, por sua vez, inspiraram outras gerações de investigadores, como Osvaldo Trigueiro, Antônio Hohlfeldt, Cristina Schmidt, Cristina Gobbi, Betânia Maciel, Maria Érica Oliveira, Marcelo Pires de Oliveira, Sérgio Gadini, entre outros, revisitaram, aprofundaram, atualizaram e divulgaram as propostas teórica e metodológica iniciais. Marques de Melo (2001) sublinha que «as novas correntes de estudiosos da *folkcomunicação* percorrem um fluxo inverso àquele que foi originalmente concebido por Luiz Beltrão. O fundador da disciplina privilegiou os autênticos processos *folkcomunicacionais*, bem como a *folkmedia* enquanto recodificadora das mensagens previamente veiculadas pelos *mass media*. Os seus jovens discípulos tentam desvendar de que forma a *folkcomunicação* atua como retroalimentadora das indústrias culturais, seja pautando matérias jornalísticas, gerando produtos ficcionais, embasando campanhas publicitárias e de RP, seja invadindo os espaços de entretenimento».

Em rigor, pode dizer-se que tem vindo a ser feito um trabalho de investigação profundo, que dá à disciplina académica um reconhecimento científico que tardou, mas que tem agora os seus efeitos. Esta teoria brasileira de comunicação — inspirada na Escola de Chicago — como «área cognitiva situada na fronteira entre os *media* e a cultura popular», objeto de pesquisa de Beltrão, «alargou as fronteiras disciplinares» com novos objetos e metodologias adequados (M. Melo, 2008), «resgatando o arsenal metodológico testado e comprovado no estudo das manifestações convencionais do *mass journalism*, tendo-as ele transportado para as expressões integrantes do *folk journalism*».

Marques de Melo (2008), em *Mídia e Cultura Popular. História, Taxonomia e Metodologia da Folkcomunicação* — obra-síntese fundamental para a aproximação a qualquer trabalho na área da comunicação popular, da *folkcomunicação* —, inclui

avanços também no campo metodológico, nas estratégias investigativas, nos protocolos de pesquisa.

Como concretização das preocupações metodológicas subjacentes à abordagem *folkcomunicação*, Marques de Melo apresenta, na obra citada, o exemplo do estudo do tratamento que a imprensa dera ao Carnaval de 2000 (ano de celebração dos 500 anos do descobrimento do Brasil). Aponta os passos essenciais da pesquisa para responder às questões formuladas relativamente às imagens que os *media* constroem sobre o Carnaval. Das estratégias metodológicas aos eixos temáticos, passando pelas estratégias comunicacionais e pelos referentes culturais, tudo é analisado pelo autor com grande rigor científico e com uma profunda preocupação pedagógico-didática.

Ainda no campo das metodologias, e a propósito de um estudo sobre «evidências ciberespaciais», Marques de Melo usa, nesta obra, a revisão da matriz taxonômica de classificação dos gêneros *folkcomunicaçãois* que elaborara em 1979: em vez dos quatro gêneros iniciais, *folkcomunicação* escrita, oral, icônica e cinética, propõe, em 2005, *folkcomunicação* oral, visual, icônica e cinética. É a evidência, também, da necessidade de olhar retrospectivamente para propostas feitas num tempo diferente e de as adequar ao estágio atual do conhecimento.

São muitos os investigadores ligados a associações que têm regularmente grupos de trabalho sobre *folkcomunicação*,<sup>14</sup> sendo a Rede Folkcom<sup>15</sup> o espaço privilegiado para o seu encontro anual. Betânia Maciel (2009) clarifica deste modo os objetivos: «A rede tem como objetivo angariar e suportar a pesquisa e a reflexão académicas no campo, estudando a cultura popular e o *folklore* como um processo permanente de comunicação e os *media* como instrumento. (...) Também observamos a renovação da proposta teórica, com a inclusão dos grupos urbanos e culturalmente marginalizados, da comunicação dos imigrantes, do multiculturalismo e do fluxo de mensagens e de

---

<sup>14</sup> Quer a *INTERCOM* — Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação —, quer a *ALAI* — Associação Latino-Americana de Ciências da Comunicação — quer ainda a *Ibercom* — Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação — ou a *Assibercom* — Associação Ibero-Americana de Comunicação — e a *Revista Internacional de Folkcomunicação*, publicação eletrônica, configuram outros espaços de partilha de conhecimento, de reflexão, de aprofundamento dos novos entendimentos e abrangências da teoria *folkcomunicaçãois*.

<sup>15</sup> Para a institucionalização da pesquisa em *folkcomunicação*, foi criada, em 1997, a FOLKCOM, Rede Brasileira de Folkcomunicação, apoiada pela Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, da UMESp, Universidade Metodista de São Paulo. A Rede Folkcom também edita uma publicação eletrônica, a *Revista Internacional de Folkcomunicação*.

identidades frente à globalização, e, finalmente, da comunicação digital e do impacto da *Internet* dentro do seu objeto de estudo».

No que se refere a uma das últimas, a XIV Conferência Brasileira de Folkcomunicação, Marques de Melo (2011) salienta a «sintonia da vanguarda dos estudos *folkcomunicacionais* com os apelos *beltranianos*», num artigo com o sugestivo título «Ecos da rebeldia beltraniana: velhas e novas expressões da cultura popular demandam pesquisas de folkcomunicação».

Entre os estudiosos atuais da teoria *folkcomunicacional*, destacaria Cristina Schmidt e Osvaldo Meira Trigueiro, investigadores que têm desenvolvido de forma sistemática pensamentos sobre esta teoria, em livros, comunicações e artigos.

De Cristina Schmidt, diversos textos — como «Folkcomunicação: uma metodologia participante e transdisciplinar» (2004), «Folkcomunicação: conceitos pertinentes ao campo de estudo», «A importância da pesquisa em folkcomunicação e a Rede Folkcom» (2006), «Folkcomunicação: avanços teóricos e metodológicos» (2007) ou «Folkcomunicação: estado do conhecimento sobre a disciplina» (2008), para dar alguns exemplos — são a constatação da procura de novas e inovadoras leituras da teoria seminal de Beltrão, de novos objetos de estudo e de aprofundamento científico e metodológico.

Marques de Melo, no prefácio do livro *Folkcomunicação & Ativismo Midiático*, diz que Osvaldo Trigueiro assume um lugar privilegiado na vanguarda dos estudos *folkcomunicacionais*, alinhando-se com Cristina Schmidt e com Antonio Hohlfeldt na renovação da disciplina fundada por Luiz Beltrão.

Para além das muitas contribuições para o aprofundamento e a renovação da teoria da *folkcomunicação* feitas por Osvaldo Trigueiro<sup>16</sup>, queremos destacar a introdução de um novo conceito, o de *ativista mediático*. O autor amplia a tipologia de Martín-Barbero, a dos *mediadores culturais*, e a de Luiz Beltrão, a dos *líderes folkcomunicacionais*,<sup>17</sup> e cunha o termo *ativista mediático*, um «protagonista híbrido», segundo Marques de Melo. Para Trigueiro (2008), ele é um narrador da quotidianidade,

---

<sup>16</sup> «De entre os discípulos de Luiz Beltrão, Osvaldo Trigueiro destacou-se pela coerência, pela perseverança e pelo vanguardismo. Não obstante ter sido introduzido no universo *folkcomunicacional* por Roberto Benjamin, seu orientador de mestrado, Trigueiro teve a chance de conviver pessoalmente com Beltrão (Marques de Melo, 2008, «Prefácio», in Trigueiro, e Osvaldo Meira, 2008).

<sup>17</sup> Com base na hipótese formulada por Paul Lazarsfeld e Elihu Katz, *Two step flow of communication*, Beltrão amplia a ideia e o papel de líder de opinião para o de líderes grupais exercido por agentes *folkcomunicacionais* (M. Melo 2003).



um guardião da memória e da identidade local, reconhecido como porta-voz do seu grupo social, e transita entre as práticas tradicionais e modernas, apropria-se das novas tecnologias de comunicação, para fazer circular as narrativas populares nas redes globais.

«No mundo globalizado não há espaço para antagonismos entre as culturas locais e as globais», afirma este autor. «A cultura popular vincula-se ao tempo atual, ou, melhor dizendo, a tradição e a modernidade andam juntas, estão ali coladas uma à outra, como fator de resistência e de mudança, num processo dialético, com maior ou menor relevância na vida quotidiana do local.»

O espaço virtual é o lugar no qual coabitam as tradições, as inovações, o popular, o erudito, o rural, o urbano, o *rurbano*, o passado, o presente. *Tempos cruzados*.

Muito ao contrário daquilo que se poderia pensar e temer relativamente à «morte da tradição», ao desaparecimento de manifestações de cultura popular, assiste-se a processos de renovação, reinvenção e expansão dessas manifestações, com recurso a múltiplos processos comunicacionais e a um extenso uso de imagens e suportes mediáticos, tanto tradicionais como modernos — ex-votos, folhetos, cartazes, canções, rádios locais, imprensa local, redes sociais, blogues, *YouTube*, *Internet*. Para Marques de Melo (2008), «ao contrário das suposições pós-modernas, na verdade estribadas em sentimentos profundamente elitistas, que vaticinaram o desaparecimento da cultura popular e o anacronismo dos estudos folclóricos, o que observamos hoje é justamente um movimento em sentido contrário. A globalização permite vislumbrar o cenário de um mundo multiface e multicultural».

Num mundo globalizado, segundo Trigueiro (2008), a investigação em *folkcomunicação* não pode ignorar as profundas e rápidas transformações pelas quais passam as manifestações culturais tradicionais, de forma a poder compreender como é que os seus produtores se apropriam dos «formatos e conteúdos mediáticos para conversão de novos significados», e como é que os utilizam, «objectivando as demandas de consumo das sociedades globalizadas».

Para Godinho (2010), «os *media* ajudaram e continuam a ajudar a imaginar a forma como os grupos e as comunidades se pensam, se representam e se distinguem de outros grupos e comunidades, (...) num momento em que o “popular” e o “tradicional” ressurgem, aliados ao turismo, ao lazer e a movimentos de formação identitária de grupos sociais particulares». Marques de Melo (2008) sublinha que a era digital favorece

a sobrevivência e a expansão destas manifestações populares, já que a *Web* permite multiplicar os seus interlocutores, bem como ensejar o intercâmbio entre grupos e pessoas que possuem identidades comuns, mesmo distanciados pela geografia.

A *Internet*, através da *folkcomunicação*, favorece novas formas de salvaguardar e difundir tradições, no âmbito da qual, por exemplo, um blogue sobre lendas, costumes ou tradições se constitui como «un lugar de memoria, un depósito de la cultura de esa comunidad que enlaza el pasado, el presente y los usos futuros» (Martos Nuñez, Martos Garcia, 2012).

Nesse sentido, pode dizer-se que, neste mundo virtual, há menos espaço para oposições entre culturas locais e globais, ou populares e eruditas, assistindo-se à apropriação dos meios de comunicação modernos por parte dos grupos subalternos e à assunção de novas formas de ativismo mediático e apropriações mútuas (Trigueiro, 2008).

Neste texto, tentámos mostrar o percurso da *folkcomunicação* como área das ciências da comunicação, as suas génese e evolução, a maturidade científica desta disciplina académica e o seu potencial. É neste quadro geral de filiação teórica associada a pesquisa empírica que temos desenvolvido investigação.

## **Bibliografia**

- Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional, Ano 10, n.º 10, jan-dez de 2006, São Bernardo do Campo, Universidade Metodista de São Paulo.
- Bakhtin, M. (1987), *A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento. O Contexto de François Rabelais*, São Paulo, Editora Hucitec.
- Beltrão, Luiz, (2001), *Folkcomunicação. Um Estudo dos Agentes e dos Meios Populares de Informação de Fatos e de Expressão de Idéias*, Porto Alegre, EDIPUCRS.
- Beltrão, Luiz (2004), *Folkcomunicação. Teoria e Metodologia*, São Bernardo do Campo, UESP.
- Beltrão, Luiz (1965), «O ex-voto como veículo jornalístico», in *Comunicações & Problemas*, n.º 1, ano 1, vol. 1, Recife, INCIFORM/Universidade Católica de Pernambuco.
- Benjamin, Roberto (2006), «A teoria da folkcomunicação e o pioneirismo de Luiz Beltrão», in Schmidt, Cristina (org), *Folkcomunicação na Arena Global. Avanços Teóricos e Metodológicos*, São Paulo, Editora Ductor.

Benjamin, Roberto (2008), «Folkcomunicação: da proposta de Luiz Beltrão à contemporaneidade», in *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, Ano V, n.º 8-9, jan-dez de 2008.

Boissevain, Jeremy (org., 1992), *Revitalizing European Rituals*, Londres, Routledge.

Bourdieu, Pierre (1989), *O Poder Simbólico*, Lisboa, Difel.

Canclini, Néstor Garcia (1997), «Culturas Híbridas y Estrategias Comunicacionales» in *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, época II, vol. III, n.º 5, Colima, junho.

Certeau, Michel de (1990), «A beleza do morto: o conceito de “cultura popular”», in Jacques Revel, et al (ed.), *A Invenção da Sociedade*, Lisboa, Difel.

Connerton, Paul (1999), *Como as Sociedades Recordam*, Oeiras, Celta Editora.

Sánchez Carretero, C., Noyes, Dorothy (eds.) (2000), «Performance», *Arte Verbal y Comunicación. Nuevas Perspectivas en los Estudios de Folklore y Cultura Popular en USA*, Madrid, Oiartzun: Sendoa Editorial.

Eliot, T.S. (1997), *Ensaio de Doutrina Crítica*, Lisboa, Guimarães Editores.

Espírito Santo, Moisés (1990), *A Religião Popular Portuguesa*, Lisboa, Assírio & Alvim.

Espírito Santo, Moisés (1993), *Origens do Cristianismo Português*, Lisboa, Instituto de Sociologia e Etnologia das Religiões, Universidade Nova de Lisboa,

Godinho, Paula (2010) *Festas de Inverno no Nordeste de Portugal. Património, Mercantilização e Aporias da «Cultura Popular»*, Castro Verde, Edição: 100luz.

Hall, Edward T. ( 1994), *A Linguagem Silenciosa*, Lisboa, Relógio d'Água Editores.

Hohlfeldt, António (2001), «Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século», in Schmidt, Cristina (org., 2006), *Folkcomunicação na Arena Global. Avanços Teóricos e Metodológicos*, São Paulo, Editora Ductor.

Hohlfeldt, António (2002), «Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação: pesquisas académicas se aproximam dos Estudos Culturais», in *PCLA*, vol. 4, n.º 2, janeiro/fevereiro/março de 2003.

Justino, Lucília José (2004), *Loas a Maria-Religiosidade Popular em Portugal*, Lisboa, Edições Colibri.

Lima, Maria Érica de Oliveira; Maciel, Betânia; Marques de Melo, J., (orgs., 2011), *Território da Folkcomunicação*, Natal, UFRN, Departamento de Comunicação Social.

Mandrou, Robert (1985), *De la Culture Populaire aux 17e et 18e Siècles*, Paris, Éditions Imago.

Marques de Melo, J.; e Trigueiro, Osvaldo Meira (orgs., 2007), *Luiz Beltrão Pioneiro das Ciências da Comunicação no Brasil*, co-edição Editora Universitária da UFPB e INTERCOM, João Pessoa-PB.

Marques de Melo, José (2008), *Mídia e Cultura Popular: História, Taxionomia e Metodologia da Folkcomunicação*, São Paulo, Paulus.

Marques de Melo, José (2009), *Pensamiento Comunicacional Latinoamericano: Entre el Saber y el Poder*, Sevilha, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Martos Nuñez, E.; Martos Garcia, A. (2011), *Memorias y Mitos del Agua en la Península Ibérica*, Madrid, Marcial Pons.

Martos Nuñez, E.; Martos Garcia, A.(2012), «Mitos y leyendas: su recepción y reprocesamiento en los media e internet (claves folkcomunicacionales)», artigo no prelo.

Pavão Jr., José de Almeida (1981), *Popular e Popularizante*, Ponta Delgada, Universidade dos Açores.

Raposo, Paulo (2010), *Por detrás da Máscara. Ensaio da Antropologia da Performance sobre os Caretos de Podence*, Lisboa, Instituto dos Museus e da Conservação, I.P.

Silva, Augusto Santos (1994), *Tempos Cruzados. Um estudo Interpretativo da Cultura Popular*, Porto, Afrontamento.

Schmidt, Cristina (org., 2006), *Folkcomunicação na Arena Global. Avanços Teóricos e Metodológicos*, São Paulo, Editora Ductor.

Schmidt, Cristina (2008), «Folkcomunicação: estado do conhecimento sobre a disciplina», in revista editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação — *Intercom*, ano 1/ Zero/edição bimestral/novembro e dezembro de 2008.

St John, G., (ed., 2008), *Victor Turner and Contemporary Cultural Performance. An Introduction*, Oxford/Nova Iorque, Berghahn Books.

Trigueiro, Osvaldo Meira, (2008), *Folkcomunicação & Ativismo Midiático*, João Pessoa, Editora Universitária da UFPB.

Turner, Victor (1987), «The anthropology of performance”, in Victor Turner (comp.), *The Anthropology of Performance*, Nova Iorque, PAJ Publications.

Van Gennep, Arnold (2008)[1909], *Los Ritos de Paso*, Madrid, Alianza Editorial, S.A.

Williams, Raymond (2002) [1958], «Culture is ordinary», in *The Everyday Life Reader*, Londres, Routledge.